

Stereotip Poljaka i Hrvata u internetskim memima

Uvod

U današnjem, digitalnom dobu Internet nije samo izvor raznih informacija, nego i neizmjereno zabavnog materijala. Većina ljudi barem dio svog dana provede u bespućima Interneta. Često nailazimo na slike ili videozapise koji nas nasmijavaju do suza, s kojima se poistovjećujemo i koje odmah želimo podijeliti s ostatkom svijeta. Upravo su to internetski memi – digitalni fenomeni koji su postali integralni dio *online* kulture. Memi su stoga i globalna jezična valuta kroz koju ljudi dijele svoje ideje, komuniciraju te reflektiraju društvene i kulturne trendove. Njihova moć leži u tome što jednako lako mogu izazvati smijeh kod primatelja, ali i potaknuti dublju raspravu o važnim društvenim pitanjima.

Kako su memi stekli toliku važnost i zašto su postali nezaobilazna tema u digitalnom svijetu? U ovome članku istražuje se značenje internetskih mema te uloga stereotipa u njima. Analizirajući neke od najpoznatijih mema o Poljacima i Hrvatima, prikazano je kako internetski memi mogu doprinijeti održavanju i širenju predrasuda te kako mogu utjecati na naše stavove i mišljenja o određenim skupinama ljudi. Cilj je ovog rada pokušati opisati stereotipne predstavnike Poljaka i Hrvata pomoću internetskih mema kao humorističkih elemenata *cyber* kulture.

Internetski memi

Richard Dawkins prvi je konstruirao termin mem 1976. godine u knjizi *Sebični gen*. Koristio je starogrčku riječ „mimema“ koja označava nešto oponašano ili kopirano, a mem je opisao kao jedinicu kulturnog nasljeđa. Dawkins (1997: 220) u svojoj knjizi navodi primjer iz stvarnog života kako bi pobliže objasnio sam termin: „Čuje li neki znanstvenik neku dobru zamisao ili pročita nešto o njoj, prenijet će je svojim kolegama i studentima. Spominjat će je u svojim člancima i predavanjima. Bude li zamisao prihvaćena, možemo reći da se ona proširila od mozga do mozga“.

U Hrvatskom strukovnom nazivlju mem je definiran kao „osnovna jedinica kulture koja se ne prenosi genima“. U Dawkinsovu teoriju da se kulturne informacije i ideje mogu razvijati poput virusa uklapaju se i internetski memi, a upravo se zbog toga za one najpopularnije meme, prepoznate na svjetskoj razini, često govori da po-

staju viralni. Kara Rogers (2013), pak, tvrdi da se mem prenosi od jedne osobe do druge, a da se taj proces odvija najčešće putem *chata*, televizije, e-pošte ili društvenih mreža poput Facebooka, Instagrama, TikToka, YouTubea i WhatsAppa.

Valja napomenuti da u hrvatskom jeziku još uvijek ne postoji u potpunosti prihvaćeno terminološko određenje izraza „mem“, pa se tako mogu pronaći dva moguća oblika za množinu – „memi“ i „memovi“.¹ S obzirom na to da internetski memi nisu dovoljno česta tema znanstvenih istraživanja u Hrvatskoj, važno je napomenuti da se u razgovornom jeziku najčešće koristi engleski termin „meme“ (čitaj: mim), za razliku od poljskog jezika koji je usvojio termin mem (polj. *memy internetowe*).

U *cyber* kulturi² pojam mem označava humoristične videozapise, slike ili tekstove koje korisnici često i brzo šire. Nerijetko se pojavljuju kao humoristična sličica koja izruguje neku osobu, radnju ili pojavu te su često popraćeni tekstom koji dodatno izaziva humoristični efekt (Popović 2018: 27). Mem, dakle, opisuje oblik komunikacije kojem je glavna funkcija komentiranje i kritiziranje popularne kulture te suvremenog društva s humorističnim konotacijama, a koji, zbog svoje prirode, ima iznimnu moć širenja. Autorice članka „Strategies for preserving memes as artefacts of digital culture“ (García López, Martínez Cardama 2019) tvrde da iako se internetski memi „danas mogu smatrati trivijalnim ili beznačajnim, ovi izrazi se mogu pokazati kulturnom i povijesnom vrijednošću za buduće generacije“. Za razliku od popularnih svjetskih mrežnih stranica na kojima svaki dan možemo pronaći nove meme univerzalnog karaktera s kojima se većina može poistovjetiti, memi u Hrvatskoj i obližnjim zemljama imaju posebnu poveznicu s tradicijom i kulturom. Najbolji primjeri za to su Facebook stranice poput *eroGAG-a*, *Hrvatskih tragedija* i sl. Sadržaji tih stranica na specifičan način komentiraju i reflektiraju tradiciju te pri stvaranju internetskih mema kao bazu uzimaju usmenu tradiciju. Prema mišljenju Željka Predojevića (2019: 155) „(...) memi se prenose jednako kao i usmeni kratki oblici – od osobe do osobe, s tom razlikom što memi nastaju u vrijeme digitalnoga doba te se i način njihova prenošenja prilagodio suvremenu društvu i načinima komuniciranja na društvenim mrežama“.

Nadalje, glavna obilježja internetskih mema su imitacija, kulturna i društvena uvjetovanost, specifičnost, vidljivost, humor, satira, jednostavnost, intertekstualnost te visoka kompaktnost značenja (Milosavljević 2020: 11–12). Najdominantnije obilježje mema njegova je humorističnost, što ujedno čini i primarnu funkciju mema, zbog čega ga možemo usporediti s vicem. Kao i kod viceva, ponekad je teško odrediti autora internetskog mema, stoga je postupak njegova prenošenja veoma sličan onom

¹ U cijelom se radu jednoznačno koristi oblik za množinu „memi“, s obzirom na to da su istraživanja pokazala da se upravo taj oblik za množinu najčešće koristi u sintagmi „internetski memi“.

² Pojam *cyber* kulture odnosi se na kulturna pitanja povezana sa „*cyber* temama“, kao što su virtualna stvarnost i kibernetički prostor, digitalna revolucija, računalno posredovana komunikacija, kiborg, cyberpunk, poslijeljudsko i sl. (Nikodem 2009: 110)

u usmenoj tradiciji, odnosno usmenoj predaji. Valja također naglasiti kako intertekstualnost nije karakteristika svih internetskih mema jer se neki od njih pojavljuju u isključivo vizualnom ili audio obliku.

Mem je zanimljiv jezični fenomen jer svojim pojavljivanjem spaja tekst i neki drugi medij poput fotografije ili videozapisa. Jedna od odlika mema je to što svaki predložak ima strukturu koja ima zaseban prostor za dodavanje novog sadržaja. Jezik mema karakterizira sloboda, razgovorni stil, kratkoća, a veoma često i namjerno upotrebljavane gramatičke i jezične pogreške. Elad Segev i dr. (2015) u svome istraživanju naglašavaju da memetički materijal dostupan na Internetu najčešće dolazi u obliku videozapisa (42,6%) i slikovnom (56%) obliku, a samo 1% internetskih mema pronalaze u isključivo tekstualnom obliku. Shifman (2014: 15), pak, smatra da „internetski memi mogu biti promatrani kao dio postmodernog folklor, u kojem se zajedničke norme i vrijednosti stvaraju putem kulturnih artefakata kao što su fotošopirane slike ili urbane legende“.

Internetski memi imaju sličnu ulogu kao i sociolekti. Njihova je svrha održavanje odnosa i stvaranje osjećaja pripadnosti određenoj skupini. Kostadinovska-Stojčevska i Shalevska (2018) u radu „Internet memes and their socio-linguistic features“ tvrde da memi često sadrže reference koje mogu razumjeti samo određene dobne skupine, a to su najčešće tzv. milenijalci,³ zato što su oni generacija koja je odrasla uz Internet te zato što upravo oni tvore i dijele najviše internetskih mema. Mnogi znanstvenici ukazuju na važnost mema prilikom oblikovanja načina mišljenja, ponašanja i djelovanja socijalnih skupina. Internetski memi također imaju važnu ulogu u stvaranju identiteta i osjećaja pripadanja određenoj zajednici ljudi koji dijele slične interese na mreži. Pratitelji (polj. *użytkownicy*) određene stranice s memima pripadaju istoj skupini zato što se okupljaju oko istih internetskih mema i dijele isti smisao za humor te se mogu poistovjetiti s memima. Memi su također veoma važni zato što nam omogućavaju rušenje tabua te potiču razgovore o temama koje se ne spominju u medijima glavne struje zato što oni nisu podložni cenzuri.

Stereotipi o Poljacima i Hrvatima

Definicija stereotipa je mnogo, a sve se slažu da stereotipi sadrže vjerovanja o uopćenim obilježjima društvenih skupina. „Stereotipi su duboko ukorijenjeni u jeziku i oni snažno odražavaju stavove, jezično ponašanje i percepciju sebe i drugih. Stereotipi i predrasude neodvojiv su dio identiteta, ali i rezultat interakcije socijalnih, kulturnih, psiholoških i jezičnih čimbenika“ (Mihaljević 2021: 655). Mogu se temeljiti na rasnoj, spolnoj, nacionalnoj, etničkoj ili nekoj drugoj karakteristici, a mogu

³ Generacija Y ili Milenijalci rođeni su između 1980. i 1996. godine te se smatraju pionirima digitalnog doba.

biti pozitivni, negativni ili neutralni. Lippmann (1922: 81) tvrdi da su stereotipi načini nošenja s nepoznatom stvarnošću te djeluju kao obrambeni mehanizam. Važno je napomenuti da stereotipi mogu biti veoma štetni jer generaliziraju velike skupine ljudi, ignorirajući individualne razlike te na taj način doprinose stvaranju predrasuda. Pojmovi predrasuda i stereotip često se pojavljuju kao sinonimi, no to ustvari nije slučaj. Ako pojedinca ili skupinu prosuđujemo prema stereotipu, tada se taj stereotip pretvara u predrasudu i naš je stav unaprijed formiran. Predrasude se mogu definirati kao „stav koji čini neku osobu sklonom da misli, osjeća, percipira i djeluje na povoljne ili nepovoljne načine prema nekoj grupi ili pojedinom članu te grupe“ (Pennington 2001: 85). Stereotipe možemo, između ostalog, podijeliti na auto- i heterostereotipe. Autostereotipi se odnose na vjerovanja o pripadnicima vlastite skupine, dakle, subjekt i objekt su isti, dok se heterostereotipi odnose na vjerovanja o članovima drugih skupina.

Najčešći stereotipi o Poljacima u većini se slučajeva poklapaju s njihovim viđenjem samih sebe. Brzyszc (2020) kao najčešće stereotipe o Poljacima navodi religioznost, pretjerivanje u alkoholu, važnost obiteljskog života, patriotizam, čast, rastrošnost, hrabrost, lijenost, lakomislenost, susretljivost i nediscipliniranost. Poljaci sebi pripisuju i vrijednosti narodne, religijske i obiteljske zajednice. Neki od autostereotipa ustaljeni su čak i u poljskome jeziku, npr. *Co Polak to rycerz* (znač. Poljaci su dobri vojnici), *pijany jak Polak* (znač. Poljaci su pijanci), *Polak głodny to zły, jak zje, to by poleżał* (znač. Poljaci su lijeni).

Što se tiče stereotipa o Hrvatima i njihovog poimanja samih sebe, na tu temu ne postoji dovoljno informacija. Iz znanstvenog očišta tema je i dalje neistražena, međutim, na temelju različitih novinskih članaka može se zaključiti da kod Hrvata postoji podjela po regijama, pa tako Dalmatinci slove kao lijeni, Slavonci su mirni ali i temperamentni, Zagorci, Međimurci i Podravci radišni i škrti, a za Istrijane se smatra da najmanje drže do domoljublja. Često se također može čuti kako stranci tvrde da su Hrvati kulturnar narod, ali da su uštogljeni, pa i hladni.

Analiza internetskih mema

Prikupljanje građe za ovo istraživanje bio je jednostavan postupak u analizi imamo li na umu konstantnu izloženost memima na raznim društvenim mrežama. Na Facebooku je moguće pronaći mnoštvo internetskih mema na različitim stranicama i grupama. Na Instagramu pak postoje posebni profili koji su posvećeni objavljivanju specifičnih kategorija mema. Analiza slikovnih mema obuhvatila je 100 primjera. Glavni je fokus bio na Instagram profilima i Facebook stranicama *Dnevna doza prosječnog Rvatine*, *Dnevna doza prosječnog Dalmatinca*, *Hrvatske tragedije*, *Nosacze Polskości* te *Typowy Polak Nosacz*. Stranica *Nosacze Polskości* na Facebooku kreirana

je 11. listopada 2014. godine i u vrijeme pisanja ovog rada imala je 71.000 pratitelja, dok je grupa na Facebooku pod imenom *Janusz Nosacz* imala više od 49.000 članova. Facebook stranica *Typowy Polak Nosacz* počela je s radom 2017. godine i od tada je sakupila skoro 6.000 pratitelja. Stranica *Hrvatske tragedije* također je kreirana 2014. godine, ali ima puno manje pratitelja od stranice *Nosacze Polskości* koju prati 136.000 ljudi. *Dnevna doza prosječnog Rvatine* kreirana je na Facebooku iste godine, a broji 24.000 pratitelja, dok *Dnevna doza prosječnog Dalmatinca* objavljuje meme od 2016. godine, a do trenutka pisanja rada brojila je 329.000 pratitelja. Te su stranice odabrane zbog metodologije istraživanja i zbog konzistentnosti istraživanog korpusa kao i zbog njihove popularnosti među velikim brojem korisnika.

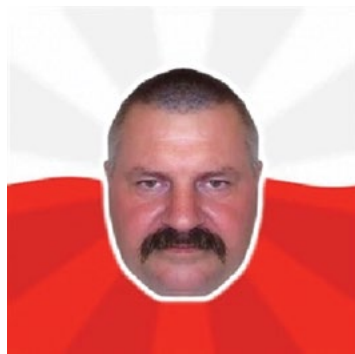
Najčešći predstavnik stereotipnog Poljaka u internetskim memima je Janusz Nosacz, dok stereotipnog Hrvata predstavljaju razni likovi poput Rvatine, Marinka i dr. Analizom internetskih mema može se zaključiti da se memi o tipičnim Poljacima i Hrvatima mogu razvrstati u različite kategorije te da se stereotipi o Poljacima i Hrvatima ne mogu obuhvatiti samo pomoću jednog lika u memima. U ovom će radu biti predstavljene četiri kategorije u koje spada najveći broj mema o Januszu i Rvatini s obzirom na njihove brojne zajedničke karakteristike.

Tko je Janusz?

Janusz je nosati majmun koji nastanjuje šume na otoku Borneu. Poveznica između te životinje i sredovječnog Poljaka najvjerojatnije se temelji na vizualnim analogijama poput velikog nosa i punašnog trbuha. Nosatog majmuna popularizirali su tvorci projekta *Testoviron* pomoću videa u kojem se glavni lik nalazi u prašumi koju naziva Poljska, a nosatog majmuna naziva pravim Poljakom. Memi o Januszu postali su još popularniji kada se na Internetu pojavila slika policajca Janusza Ławrynowicza čije crte lica u potpunosti odgovaraju izgledu tipičnog Poljaka. Janusz Ławrynowicz na slici je imao čupave brkove, velik nos i kratko ošišanu kosu te je sve podsjetio na tipičan izgled *szlachcica*, odnosno pripadnika poljskog plemstva (polj. *szlachta*, hrv. šljahta). Memi o Januszu ismijavaju stereotipno negativno poljsko ponašanje, a sam Janusz obično predstavlja muškarca srednjih godina prekomjerne težine, čija je omiljena zabava gledanje televizije i ispijanje piva (Ostanina-Olszewska, Majdzińska-Koczorowicz 2019: 8). Memi o Januszu Nosaczu postali su popularni 2016. godine, a 2017. postaju viralni. Meme s Januszom možemo podijeliti u dvije kategorije: u prvu kategoriju svrstavamo slike nosatog majmuna na kojima se nalazi tekst, dok u drugu kategoriju možemo svrstati meme u kojima je glava nosatog majmuna dodana na ljudsko tijelo. Meme karakterizira snažna semantička veza između vizualnog i verbalnog dijela mema. Te se dvije sfere međusobno savršeno nadopunjavaju i utječu na način na koji će korisnici interpretirati mem (Brzyszc 2020).



Slika 1. mem o Januszu Nosaczu



Slika 2. Janusz Ławrynowicz

Tko su Rvatina i Marinko?

Jedan od predstavnika stereotipnog Hrvata u internetskim memima je Rvatina, a vizualno ga predstavlja Željko Kerum, hrvatski poduzetnik i političar te bivši gradonačelnik Splita, s pršutom na čelu, što je referenca na fotografiju koja se 2013. godine pojavila na Internetu. Taj je događaj korisnike društvenih mreža potaknuo na stav da upravo ta slika reprezentira tipičnog Hrvata kojeg često zovu i Rvatina. Taj trenutak postao je simbol „rvatskog“ mentaliteta, tj. stereotipa o Hrvatu koji je nepretenciozan, jednostavan i koji njeguje tradicionalne vrijednosti te ono što smatra autentičnim hrvatskim načinom života. Internetski memi s Rvatinom opisuju realne, ali i stereotipne situacije u kojima se brojni mogu prepoznati ili, pak, mogu prepoznati prosječnog Rvatinu iz svog okruženja. Rvatinu brine gdje su drugi bili '91. godine, fizički zlostavlja svoju ženu i vrijeđa je, ne radi ništa po cijele dane, često ima neugodne komentare i u sve se razumije. Glavni likovi uz Rvatinu u internetskim memima su njegova žena Marica, „mali“, odnosno njegov sin, kum Amte i njegovi prijatelji. Drugi lik koji predstavlja stereotipnog Hrvata je Marinko. Marinko ima 44 godine i krapinski je neandertalac. Marinka bi se moglo okarakterizirati kao tipičnog Hrvata, dok Rvatina predstavlja osobu koja bi vrlo vjerojatno bila okarakterizirana kao prostak. Memi s Marinkom obuhvaćaju svakodnevne teme i izazove s kojima se većina može poistovjetiti te s kojima se današnje društvo suočava. Njegov se lik često upotrebljava na Facebook stranici *Dnevna doza prosječnog Dalmatinca* koja dijeli humoristične sadržaje povezane s tipičnim hrvatskim životom. Česte su teme politika, ekonomija, javne usluge, društvene anomalije i sl. U daljnjem će radu fokus biti na Rvatini zbog brojnih sličnosti koje dijeli s Januszom.



Slika 3. Rvatina



Slika 4. Marinko

Janusz, Rvatina i njihove obitelji

Pomoću internetskih mema moguće je analizirati i uloge u društvu koje su pripisane određenim članovima obitelji, stoga je prva kategorija koja će se obraditi i analizirati u ovome radu ona koja povezuje Janusza i Rvatinu i njihove obitelji.

U brojnim memima o Januszu moguće je pronaći poveznicu s majkom Poljakinjom koja utjelovljuje sve tradicionalne vrijednosti Poljaka (polj. *matka Polka*). Januszova žena Halina gospodarica je kuće. Majka je ta koja brine za cijelu obitelj, brižna je, nježna, te je okosnica cijele obitelji. U memima je naglašena bliskost između majke i djeteta, a dodir majke često ima nadnaravnu moć. Majka se često spominje u ulozi domaćice, a takvi su memi najčešće povezani s pospremanjem, čišćenjem, kuhanjem ručka i sl. U memima je vidljivo da je ona vladarice kuhinje, a to je jedina sfera u kojoj postaje i agresivna. Majka je također poveznica između oca i djeteta. Ona brani dijete od oca i njegovih metoda odgoja te mu pruža rame za plakanje (Brzyszc 2020). U primjeru mema Janusz ima otvorena usta, nagnje se u određenom smjeru i svojoj ženi Halini dovikuje da mora što glasnije tući meso kako bi svi susjedi znali da za ručak imaju pohano meso. U drugom je primjeru njegova žena Halina u situaciji koju je većina djece doživjela barem jednom u životu – majka viče da je večera gotova i pita je li potrebno poslati posebnu molbu ukućanima kako bi došli sjesti za stol.



Slika 5. Mem o Januszu i Halini



Slika 6. Mem o Halini

Kad je riječ o Rvatini i njegovoj obitelji, u memima se najčešće spominje njegov sin. U brojnim memima navode se neprimjereni i vulgarni komentari poput različitih psovki, seksualnih aluzija i sl. Brojni primjeri pokazuju naglasak na politiku, prijete drugima, nezainteresiranost za vlastitu obitelj i sl. Leksik je promijenjen te ukazuje na nedostatak obrazovanosti i stereotipnu nepismenost. U memima je naglašena malograđanština, koja sama po sebi nije geografski uvjetovana, nego se prije svega odnosi na stanje duha i način ponašanja. Malograđanin može, ali i ne mora, potjecati iz ruralne sredine, iako se takva područja najčešće dovode u vezu s malograđanštinom.



Slike 7 i 8. Memi o Rvatini

Janusz, Rvatina i starije generacije

Druga kategorija koja sadrži brojne meme o Poljacima i Hrvatima povezana je sa starijim generacijama. U memima koji se odnose na starije generacije Poljaka glavnu ulogu ima baka, koja je prikazana na veoma sentimentalni način. Ona, kao i sve bake, brine o tome što će njezini unuci pojesti jer je hrana izraz njezine ljubavi i brige. Često je prikazana kao veoma mudra osoba koja čuva sve uspomene u obitelji i učiteljica je obiteljskih vrijednosti. Što se tiče jezika, ne koristi se standardni jezik, nego različita narječja i kolokvijalizmi kako bi se stavio naglasak na niži nivo obrazovanosti starijih generacija te na njihovu duboku povezanost sa selom (Brzyszc 2020).



Slike 8 i 9. Memi o poljskim bakama

S druge strane, Rvatina nije zainteresiran za vlastitu obitelj, u lošim je odnosima sa suprugom, a na „malog“, odnosno na sina, ponosan je samo kada kući dovede djevojku. Većina mema koji su povezani sa starijim generacijama Hrvata, tj. s bakama i djedovima, nalaze se na Facebook stranici *Hrvatske tragedije*. Ondje nalazimo tipične rečenice koje je svatko od nas čuo od svoje bake. Baka je u tim memima prikazana veoma realistično. Na svakoj slici nalazi se i oznaka *#croatiantragedies* koja dodatno naglašava prisutnost ironije, koja provocira ustaljene tradicije na našim prostorima. Lukić (2023: 20) stoga tvrdi da se u memima „sugerira da recipijent shvati da se ismijava razmišljanje Hrvata i ostatka Balkana“. Nadalje, brojni memi sadrže fotografije starijih osoba koje su povezane s raznim načinima razmišljanja starijih generacija te se tako ismijava njihova tradicionalna razmišljanja i stavlja naglasak na međugeneracijski jaz. Lukić (2023: 23) također navodi da su „sve slike svojevrsne tragedije – prikazuju se neispunjena društvena očekivanja koja su zapravo i sam kontekst mema. Slike izazivaju humoristični efekt jer se ljudi mogu poistovjetiti s istima te se na taj način događa i svojevrsno emocionalno rasterećenje“.



Slike 10 i 11. Memi Hrvatske tragedije

Janusz, Rvatina i romantične veze

Mnoštvo mema o Januszu tematizira ljubav i romantične veze. Protagonist je zreo, oženjen muškarac koji često ima i djecu. U ovoj kategoriji meme možemo podijeliti na dvije podskupine: meme sa ženom kao dominantnom karikom i meme u kojima je muž dominantna karika. Janusz je prikazan kao glava obitelji, ali i kao muškarac kojemu je dosadno i koji redovito omalovažava svoju partnericu. Izjave Janusza u memima često imaju obilježja tzv. *mansplaininga*, odnosno arogantnog, samouvjerenog tumačenja visoka (Brzyszc 2020). U primjeru je vidljiva gesta prekrivanja očiju rukom, koja je karakteristična za situaciju u kojoj osjećamo susramlje za našeg sugovornika. U drugom primjeru Halina govori Januszu da joj kaže nešto kako bi se osjećala kao prava žena, a on joj sarkastično i nepristojno odgovara rečenicom „Halina, operi rublje“.



Slike 12 i 13. Memi o Halini i Januszu

Rvatina je u ovoj kategoriji veoma sličan Januszu. Omalovažava svoju ženu, nepristojan je, sarkastičan, a njegovi su odgovori veoma primitivni. Primitivizam i neobrazovanost posebno su naglašeni brojnim gramatičkim pogreškama u tekstu koji se nalazi u memima. U internetskim memima ne mogu se pronaći primjeri homoseksualnih veza, što je uglavnom uvjetovano tradicionalnim, konzervativnim i crkvenim svjetonazorom koji je također jedan od stereotipa i Poljaka i Hrvata.



Slike 14 i 15. Memi o Rvatini

Zaključak

Predstavnik tipičnih Poljaka i Hrvata na temelju internetskih mema veoma je teško odrediti. Ne može se tvrditi da je Rvatina pravi predstavnik stereotipnog Hrvata, zato što predstavlja srednju klasu koja nema visoko obrazovanje, živi u prošlosti, često spominje rat, a glavne karakteristike koje utjelovljuje su vulgarnost i neugodnost te pretjerano iskazivanje nacionalizma. Puno bliži svakodnevnim temama s kojima se većina Hrvata mogu poistovjetiti su memi s Facebook stranica *Hrvatske tragedije*, *Hrvat gugla*, *A kaj sad* i sl. Ti memi odražavaju osjećaj zajedničkog iskustva većine Hrvata, a humor služi kao odraz kolektivnog duha. Kao što postoje stereotipi o različitim

regijama u Hrvatskoj i njihovim stanovnicima, tako postoje i specifične stranice na Facebooku i Instagramu koje objavljuju meme vezane isključivo za stereotipe o određenoj regiji. Primjer takve stranice je *Dnevna doza prosječnog Dalmatinca* koja objavljuje stereotipnog stanovnika Dalmacije koji je opušten, voli sunce, more i ribu i čija je životna filozofija „pomalo“. I za ostale regije u Hrvatskoj postoje Facebook stranice i Instagram profili sa sličnim sadržajima. Janusz je središnji lik cijelog niza mema o Poljacima, ali isto tako ne možemo tvrditi da je on tipičan primjer Poljaka. On predstavlja sve negativne attribute poljskosti. Prikazan je kao zreo, oženjen muškarac i otac koji nije fizički privlačan. Predstavlja srednju klasu, škrt je, nema visoko obrazovanje, koristi kolokvijalizme s utjecajem dijalekata i konzervativnog je svjetonazora, a sve te osobine dijeli s Rvatinom. Iako pripadaju različitim kulturnim kontekstima, obojica utjelovljuju pretjerani patriotizam, ljubav prema tradiciji, religiji, ali i odbojnost prema novim društvenim trendovima. Kako bi se prikazale određene nacionalne karakteristike, u memima se koriste stereotipi te humor i autoironija. Na stereotipizaciju Poljaka i Hrvata u memima utječu i izgled likova u memima (majmun, debljina, pršut na čelu i sl.), jezik kojim se služe (vulgarizmi, kolokvijalizmi, gramatičke pogreške), način života, način stvaranja odnosa u obitelji i u okruženju, svjetonazori, način odgajanja djece i mnoštvo drugih kriterija. Puno je poveznica između Janusza i Rvatine, no važno je naglasiti da oni ne prikazuju ni pravu sliku Poljaka ni Hrvata. Internetske meme poput *Janusza Nosacza* te *Dnevne doze prosječnog Rvatine* potrebno je promatrati kao humorističke elemente *cyber* kulture, ali s oprezom i sviješću o potencijalu za širenje predrasuda i negativnih percepcija.

Literatura

- Bluszkowski, J. 2005. *Stereotypy a tożsamość narodowa*. Elipsa. Warszawa
- Boiko, L., Stakhniuk, N., Vladyka, S. 2024. *A comparative linguistic analysis of Internet memes in English, Polish and Ukrainian: specifics, functions and language means*. Multidisciplinary science journal. https://www.researchgate.net/publication/378242593_A_comparative_linguistic_analysis_of_internet_memes_in_English_Polish_and_Ukrainian_specifics_functions_and_language_means (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Brzyszczyk, A. M. 2020. *Polaka portret własny? Stereotyp Polaka i jego rodziny w internetowych memach o Nosaczu*. Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Wydział Filologii Polskiej i Klasycznej. https://www.academia.edu/47150427/Polaka_portret_w%C5%82asny_Stereotyp_Polaka_i_jego_rodziny_w_internetowych_memach_o_Nosaczu (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Dawkins, R. 1997. *Sebični gen*. Izvori. Zagreb
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža. <https://www.enciklopedija.hr> (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Kostadinovska-Stojchevska, B., Shalevska, E. 2018. *Internet memes and their socio-linguistic features*. European Journal of Literature, Language and Linguistic Studies, vol 2., br. 4, str. 158-169. <https://oapub.org/lit/index.php/EJLLL/article/view/73> (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Lippmann, W. 1922. *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company. New York
- Lukić, T. 2023. *Mem kao kreativni komentar društvene stvarnosti*. Diplomski rad. Sveučilište u Rijeci. Filozofski fakultet. <https://dabar.srce.hr/islandora/object/ffri%3A3820> (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Mihaljević, M. 2021. *Muško i žensko u hrvatskome jeziku i leksikografiji – stereotipi i jezična diskriminacija*. Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje. str. 655-685 <https://hrcaj.srce.hr/file/394908> (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Milosavljević, I. 2020. *The phenomenon of the Internet memes as a manifestation of communication of visual society – research of the most popular and the most common types*. Sveučilište u Nišu. str. 9-27. https://www.researchgate.net/publication/340051035_THE_PHENOMENON_OF_THE_INTERNET_MEMES_AS_A_MANIFESTATION_OF_COMMUNICATION_OF_VISUAL_SOCIETY_RESEARCH_OF_THE_MOST_POPULAR_AND_THE_MOST_COMMON_TYPES (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Nikodem, K. 2009. *Kiborzi i »djeca po narudžbi«*. Prilog sociološkom istraživanju osnova cyber kulture. Socijalna ekologija. Zagreb. vol. 18. br. 2, str. 107-129. <https://hrcaj.srce.hr/file/64476> (pristupljeno 1. 4. 2024.)

- Ostanina-Olszewska, J., Majdzińska-Koczorowicz, A. 2019. *A cognitive linguistics approach to Internet memes on selected polish Internet sites*. Cognitive Studies. Institute of Slavic Studies, Polish Academy of Sciences. Warsaw. https://www.researchgate.net/publication/338587986_A_Cognitive_Linguistics_approach_to_internet_memes_on_selected_Polish_internet_sites (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Pennington, D. C. 2001. *Osnove socijalne psihologije*. Naklada Slap. Zagreb
- Popović, F. 2018. *Politički cinizam u pop-kulturi: uloga tv-serija i memeova*. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu. Fakultet političkih znanosti. <https://dabar.srce.hr/islandora/object/fpzg%3A821> (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Predojević, Ž. 2019. *Internetski memi poslovičnoga karaktera na primjeru mrežne stranice Mudrolije sa Twittera*. Etnološka tribina, vol. 49, br. 42, str. 152-172. <https://hrcak.srce.hr/clanak/335467> (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Rogers, K. 2023. *meme*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/meme> (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Segev, E.; Nissenbaum, A.; Stoloro, N. i Shifman, L. 2015. *Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concrete-ness*. Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 20, br. 4, str. 417-433. <https://academic.oup.com/jcmc/article/20/4/417/4067574#94902651> (pristupljeno 1. 4. 2024.)
- Shifman, L. 2014. *Memes in digital culture*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts
- Struna. <http://struna.ihjj.hr/naziv/mem/24950/> (pristupljeno 1. 4. 2024.)

Izvori

- Dnevna doza prosječnog Rvatine – dostupno na: https://www.facebook.com/Rvatina/?locale=hr_HR
- Hrvatske tragedije – dostupno na: https://www.facebook.com/hrvatsketragedije/?locale=hr_HR
- Marinko – dostupno na: <https://www.facebook.com/DnevnadozaprosjecnogDalmatinca/photos/a.293341734355228/1300533510302707/?type=3>
- Nosacze Polskości – dostupno na: <https://www.facebook.com/nosaczepl/>
- Typowy Polak Nosacz – dostupno na: <https://www.facebook.com/TypowyPolakNosacz/>

STEREOTYPY POLAKÓW I CHORWATÓW W MEMACH INTERNETOWYCH

Praca analizuje memy internetowe z różnych chorwackich i polskich portali oraz mediów społecznościowych, które zawierają stereotypy dotyczące Chorwatów i Polaków. Memy internetowe są dostępne na różnych mediach społecznościowych i są głównie humorystyczne. Często przedstawiają reakcje ludzi na bieżące wydarzenia społeczne, a jedną z ich głównych cech jest intertekstualność. W pracy podjęta została próba opisanie typowych przedstawicieli Polaków i Chorwatów za pomocą stereotypów występujących w memach internetowych.

Słowa kluczowe: mem internetowy, Polacy, Chorwaci, stereotyp, media społecznościowe, intertekstualność, humor

STEREOTYPES OF POLES AND CROATIANS IN INTERNET MEMES

This paper analyzes internet memes from various Croatian and Polish portals and social networks that contain stereotypes about Croatians and Poles. Internet memes are available on various social networks and are mostly humorous. They often depict people's reactions to current events in society, and one of their main characteristics is intertextuality. Special attention in this article is given to the image of stereotypical Poles and Croatians derived from these memes.

Keywords: internet meme, stereotype, social media, intertextuality, humor